

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki tingkat kerawanan bencana alam yang tinggi, khususnya bencana hidrometeorologi seperti banjir dan tanah longsor. Pada akhir tahun 2025 hingga awal tahun 2026, Aceh mengalami salah satu peristiwa bencana hidrometeorologi. Hujan lebat akibat gangguan siklon tropis yang baru-baru ini melanda Aceh menjadi salah satu peristiwa cuaca ekstrem paling serius dalam beberapa tahun terakhir dan memicu rangkaian banjir serta longsor di berbagai wilayah Sumatra bagian utara.

Hujan lebat dipengaruhi Siklon Tropis Senyar dan Bibit Siklon 95B menyebabkan terjadinya banjir bandang dan tanah longsor di berbagai Kabupaten/Kota di Aceh, dengan dampak yang sangat besar terhadap penduduk dan infrastruktur (Arifin, 2025). Laporan media dan lembaga resmi mencatat bahwa dalam periode 25–27 November 2025, hujan yang turun mencapai intensitas sangat ekstrem, dengan akumulasi curah hujan yang dalam beberapa kasus hampir setara dengan rata-rata curah hujan satu bulan, sehingga sungai-sungai meluap, tanggul jebol, dan lereng-lereng perbukitan runtuh (Hakim, 2025).

Menurut data Badan Nasional Penanggulangan Banjir (BNPB) per awal Januari 2026, total korban meninggal dunia akibat banjir dan longsor di Aceh mencapai 543 orang (terbanyak di Aceh Utara dengan 229 jiwa, Aceh Tamiang 60 jiwa, dan Aceh Timur 52 jiwa), 31 orang hilang, serta 217.800 jiwa masih mengungsi di 210 titik pengungsian secara keseluruhan di Sumatra (Aceh, Sumut, Sumbar) korban jiwa tembus 1.177 orang, menjadikannya bencana paling

mematikan sejak tsunami 2004. Tidak hanya korban jiwa, ribuan orang mengalami luka-luka serta dampak psikologis jangka panjang seperti trauma dan kehilangan tempat tinggal.

Bencana banjir dan tanah longsor tidak hanya menimbulkan dampak multidimensional terhadap kehidupan masyarakat. Selain merusak infrastruktur dan pemukiman, bencana ini juga berdampak pada sektor sosial dan pendidikan, serta meninggalkan trauma psikologis bagi para korban. Kondisi ini menunjukkan bahwa penanganan bencana tidak hanya mengandalkan fisik dan logistik tetapi membutuhkan pendekatan sosial untuk membangun empati, solidaritas, dan kepedulian secara berkelanjutan (Rahmat, Hayatul, 2024).

Maka dari itu komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam penanganan bencana. Komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses sosial yang membentuk pemahaman, makna, dan sikap masyarakat terhadap suatu peristiwa. Melalui komunikasi yang efektif, pesan-pesan kemanusiaan dapat membangkitkan empati, mendorong partisipasi, serta memobilisasi bantuan dari berbagai lapisan masyarakat (Lisdiana et al., 2021). Oleh karena itu, strategi komunikasi menjadi elemen kunci dalam upaya penanganan bencana dan penguatan solidaritas sosial.

Pentingnya media sosial dalam kemanusiaan juga dilihat dari bagaimana ia memberikan platform bagi suara-suara yang sering kali terpinggirkan. Masyarakat yang terdampak bencana, pengungsi, dan korban pelanggaran hak asasi manusia dapat memanfaatkan media sosial untuk menyuarakan pengalaman mereka, yang kemudian mendapat perhatian dari dunia internasional. Hal ini memberikan

dimensi kemanusiaan yang lebih humanis dan empatik terhadap mereka yang membutuhkan perhatian lebih (Anzani et al., 2024).

Dalam komunikasi digital, efektivitas penyampaian pesan kemanusiaan melalui media sosial dapat dianalisis menggunakan model AISAS (Attention, Interest, Search, Action dan Share). Model AISAS menjelaskan bahwa cara orang memproses informasi di media digital tidak hanya sampai pada tahap menerima informasi, tetapi juga melalui tahapan perhatian (attention), ketertarikan (interest), pencarian informasi lebih lanjut (search), tindakan nyata (action), dan membagikan kembali informasi tersebut kepada orang lain (share). Melalui model AISAS, strategi komunikasi di media sosial dapat dilihat dari sejauh mana pesan yang disampaikan mampu menarik perhatian audiens, membangun empati, mendorong keterlibatan sosial, hingga menghasilkan tindakan nyata dalam kegiatan kemanusiaan.

Namun, strategi komunikasi kemanusiaan masih menghadapi berbagai permasalahan. Salah satunya yaitu ketidakefektifan penyampaian pesan, dimana informasi yang disampaikan sering kali bersifat informatif tetapi kurang mampu menyentuh aspek emosional audiens. Akibatnya, pesan yang disampaikan tidak cukup kuat untuk membangun empati dan mendorong tindakan nyata. Selain itu, adanya kejenuhan informasi (*information overload*) di media sosial, dimana banyaknya konten yang beredar menyebabkan pesan kemanusiaan sulit mendapatkan perhatian audiens secara maksimal. Permasalahan lainnya adalah kurangnya strategi komunikasi terintegrasi antara pesan, media dan karakteristik khalayak, sehingga pesan yang disampaikan tidak tepat sasaran, khususnya pada kalangan mahasiswa sebagai generasi digital.

Media sosial tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi darurat, tetapi juga untuk membangun narasi kemanusiaan dan mengajak partisipasi publik. Salah satu media sosial yang memiliki peran signifikan dalam komunikasi visual dan emosional adalah Instagram. Dengan karakteristik berbasis visual, narasi singkat, serta fitur interaktif seperti komentar, pesan langsung, dan berbagi konten. Keunggulan Instagram terletak pada kekuatan visual dan narasi singkat yang mampu membangun keterlibatan emosional (*emotional engagement*) dalam menyampaikan pesan-pesan kemanusiaan.

Instagram memiliki tingkat penggunaan yang tinggi di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa yang termasuk dalam generasi Z. Mahasiswa merupakan kelompok yang memiliki potensi besar sebagai agen perubahan sosial karena memiliki akses terhadap informasi, kemampuan berpikir kritis, serta jaringan sosial yang luas. Namun, kepedulian sosial mahasiswa terhadap bencana tidak selalu muncul secara spontan. Kepedulian tersebut terbentuk melalui proses komunikasi yang melibatkan pengalaman emosional, pemaknaan terhadap pesan, serta interaksi sosial yang terjadi di media sosial. Dengan demikian, strategi komunikasi melalui Instagram menjadi faktor penting dalam membangun dan meningkatkan kepedulian sosial mahasiswa.

Salah satu organisasi kemanusiaan lokal yang aktif memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi adalah YSAP Foundation (Yayasan Solidaritas Aksi Peduli). YSAP Foundation merupakan organisasi kemanusiaan nirlaba yang berbasis di Kota Lhokseumawe, Aceh, dan didirikan pada 27 Januari 2022. Dengan visi *Empowering Humanity*, YSAP Foundation bergerak dalam isu sosial, pendidikan, keagamaan, lingkungan, serta pembangunan masyarakat

(Foundation, 2022). YSAP Foundation didirikan sebagai wadah kegiatan sosial dan kemanusiaan yang berfokus pada penerimaan bantuan, pemberdayaan masyarakat, serta penguatan solidaritas di tengah masyarakat.

Dalam merespons bencana banjir Aceh 2025–2026, YSAP Foundation terlibat langsung dalam penyaluran bantuan darurat, pendampingan masyarakat terdampak, serta dukungan psikososial. Selain melakukan kegiatan kemanusiaan secara langsung di lapangan, YSAP Foundation juga aktif memanfaatkan media sosial Instagram melalui akun @ysap_foundation sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi kepada masyarakat. Penggunaan Instagram juga untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens, meningkatkan kepedulian sosial, serta memperluas partisipasi masyarakat, khususnya generasi muda terhadap isu-isu kemanusiaan.

Berdasarkan observasi awal pada unggahan periode Desember-Januari Instagram @ysap_foundation, peneliti menemukan bahwa akun tersebut secara aktif membagikan berbagai konten mengenai kegiatan kemanusiaan. Konten yang diunggah berupa dokumentasi penyaluran bantuan, kondisi korban bencana, aktivitas relawan, serta ajakan berdonasi dan berpartisipasi dalam kegiatan sosial. Beberapa unggahan juga memperoleh respons dari audiens melalui komentar, *likes*, *repost story*, dan interaksi lainnya. Namun demikian, keterlibatan audiens khususnya mahasiswa masih menunjukkan perbedaan. Sebagian mahasiswa terlihat aktif mengikuti dan membagikan informasi kemanusiaan, sedangkan sebagian lainnya hanya sebatas melihat konten tanpa melakukan tindakan lebih lanjut.

Dalam menjalankan komunikasi kemanusiaannya, YSAP Foundation menggunakan strategi komunikasi melalui media sosial Instagram dengan pendekatan informatif, persuasif, dan emosional. Strategi informatif dilakukan dengan menyampaikan perkembangan kondisi bencana, kebutuhan korban, serta kegiatan penyaluran bantuan melalui foto, video, reels, dan Instagram *story*. Selain itu, strategi persuasif dilakukan melalui penyampaian pesan-pesan ajakan sosial seperti berdonasi, menjadi relawan, dan menyebarkan informasi kemanusiaan kepada masyarakat.

YSAP Foundation juga menggunakan pendekatan emosional dengan menampilkan dokumentasi visual dari lokasi bencana serta cerita kemanusiaan korban dan relawan untuk membangun empati audiens. Penggunaan fitur interaktif Instagram seperti komentar, *direct message*, dan *repost story* dimanfaatkan untuk membangun komunikasi dua arah sehingga audiens tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga terlibat dalam aktivitas sosial yang dilakukan.

Seiring dengan aktivitas kemanusiaan tersebut, YSAP Foundation memanfaatkan akun Instagram @ysap_foundation sebagai sarana utama komunikasi dengan publik. Melalui Instagram, YSAP Foundation menyampaikan informasi kondisi lapangan, dokumentasi penyaluran bantuan, serta cerita kemanusiaan dari korban dan relawan. Konten-konten tersebut disusun dengan pendekatan empati, kedekatan emosional, dan ajakan aksi nyata, seperti berdonasi, menjadi relawan, atau menyebarkan informasi. Strategi komunikasi ini memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara organisasi dan audiens, serta membangun rasa keterlibatan sosial di kalangan pengikutnya.

Berikut merupakan *capture* akun Instagram YSAP Foundation yang memanfaatkan media sosial Instagram dalam meningkatkan kepedulian sosial.

Gambar 1. 1 Akun Instagram YSAP Foundation



Sumber https://www.instagram.com/ysap_foundation

Mahasiswa Universitas Malikussaleh merupakan kelompok audiens yang terpapar langsung oleh strategi komunikasi YSAP Foundation melalui Instagram. Kedekatan geografis dengan wilayah terdampak bencana serta keterikatan emosional sebagai bagian dari masyarakat Aceh menjadikan mahasiswa di Lhokseumawe memiliki potensi besar untuk terlibat dalam aksi kemanusiaan. Meskipun berbagai organisasi telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi kemanusiaan, efektivitas strategi komunikasi dalam meningkatkan kepedulian sosial khususnya di kalangan mahasiswa, masih belum banyak dikaji secara mendalam.

Meskipun mahasiswa memiliki potensi besar untuk terlibat dalam aksi kemanusiaan, pada kenyataannya tidak semua mahasiswa menunjukkan tingkat kepedulian sosial yang diharapkan terhadap korban bencana. Kondisi ini menunjukkan bahwa belum optimalnya strategi komunikasi YSAP Foundation melalui Instagram dalam menggerakkan mahasiswa dari sekedar menerima informasi menjadi individu yang memiliki kepedulian sosial dan tindakan nyata terhadap korban bencana.

Jika dilihat dari perspektif model AISAS, komunikasi yang dilakukan masih cenderung pada tahap *Attention* dan *Interest*, di mana mahasiswa hanya sebatas melihat dan tertarik pada konten yang disajikan. Namun, keterlibatan tersebut belum konsisten berkembang ke tahap *Search*, *Action*, dan *Share*, seperti mencari informasi lebih lanjut, berpartisipasi dalam kegiatan kemanusiaan, maupun menyebarkan kembali pesan yang diterima. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara paparan informasi dan partisipasi aktif, sehingga strategi komunikasi yang diterapkan perlu dioptimalkan agar mampu membangun keterlibatan emosional dan mendorong perilaku sosial lebih nyata.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mengkaji strategi komunikasi YSAP Foundation melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan kepedulian sosial Mahasiswa Universitas Malikussaleh terhadap korban bencana banjir di Aceh. Untuk memahami fenomena tersebut secara mendalam, diperlukan pendekatan penelitian kualitatif dipilih untuk menggali secara mendalam proses komunikasi, makna pesan, serta pengalaman dan persepsi mahasiswa terhadap konten Instagram YSAP Foundation. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat

memberikan kontribusi akademik dalam kajian komunikasi sosial dan komunikasi bencana, serta memberikan kontribusi akademik dalam kajian praktis bagi organisasi kemanusiaan dalam merancang strategi komunikasi digital yang efektif dan berorientasi pada peningkatan kepedulian sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi YSAP Foundation melalui Instagram dalam meningkatkan kepedulian mahasiswa pada korban banjir di Aceh ditinjau berdasarkan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*)?

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang diteliti berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan adalah untuk mengetahui :

1. Strategi komunikasi YSAP Foundation melalui Instagram dalam menyampaikan pesan-pesan kemanusiaan kepada mahasiswa berdasarkan tahapan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action dan Share*).
2. Kepedulian sosial menurut Purwulan.
3. Postingan akun Instagram @ysap_foundation dari bulan Desember 2025 s/d Januari 2026.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi komunikasi YSAP Foundation melalui media sosial Instagram serta perannya dalam membentuk pemahaman dan kepedulian sosial Mahasiswa Universitas Malikussaleh terhadap korban bencana banjir di Aceh.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi bencana, komunikasi sosial, dan komunikasi digital, serta memperkaya pemahaman tentang peran media sosial Instagram dalam membangun kepedulian sosial generasi muda.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi YSAP Foundation, penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi dalam merancang strategi komunikasi media sosial yang lebih efektif, empatik, dan partisipatif dalam penanganan bencana.
2. Bagi organisasi kemanusiaan lainnya, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi bencana dan penggalangan kepedulian sosial.
3. Bagi mahasiswa dan masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan kepedulian sosial terhadap isu kemanusiaan dan bencana.